

Daily Insight 31/05/2023

Production

Malgré la progression de l'activité de distribution, les revenus de Banijay en baisse au premier trimestre

FL Entertainment, maison mère de la société de production Banijay et de Betclic, spécialiste des paris sportifs, a publié le 30 mai ses résultats financiers pour le 1er trimestre. Au global, le chiffre d'affaires est en hausse de +1,1% à 900 millions d'euros, l'EBITDA ajusté est stable (145 M€), alors que le résultat net ajusté progresse de +5,3% à 70 m€ par rapport au T1 2022. Concernant l'activité de production et de distribution de contenus, les revenus de Banijay baissent de -3,1 % à 656,4 M€, « *reflétant le retour à une saisonnalité normalisée après le rattrapage post-Covid dans la production de contenus au T1 2022* » selon le communiqué de presse. Mais, si les recettes de l'activité de production reculent de -5,7% (533 M€), ceux de la distribution de contenus progressent de presque 19% à 68 M€ en raison « *d'une forte demande des chaînes de télévision linéaire et des plateformes de streaming pour des contenus majeurs non scénarisés et scénarisés* ».

Lire le communiqué de presse

Banijay Rights choisit Magnite et SpringServe pour la monétisation de ses chaînes FAST

Banijay Rights, la division internationale de distribution du géant de la production annonce avoir choisi le SSP (Supply-side platform) de Magnite ainsi que le serveur publicitaire de SpringServe pour la gestion des inventaires publicitaires de l'ensemble de ses chaînes FAST à l'échelle du globe. Banijay Rights édite 22 chaînes FAST dont la principale, *Horizons: Powered By Banijay* a été lancée en septembre 2022 au Royaume-Uni sur Samsung TV Plus et LG Channels.

Lire l'annonce sur Broadband TV News

Audiovisuel

Les entreprises de l'audiovisuel public mutualisent leur cloud

France Télévisions, Radio France, France Médias Monde, Arte et TV5 Monde ont lancé un appel d'offres commun pour choisir d'ici à septembre un seul revendeur cloud. L'objectif des entreprises de l'audiovisuel public étant de rationaliser leurs dépenses en mutualisant leurs achats.

Une enveloppe maximale de 43 millions d'euros, dont 24 millions appartenant à Radio France, a été budgétée pour ce marché public d'une durée de trois ans, renouvelable un an, rapporte *La Lettre A*.

Lire La Lettre A

Streaming

Magenta TV (Deutsche Telekom) propose un nouveau bouquet basé sur Netflix

avec publicité

Deutsche Telekom a enrichi depuis le 30 mai son offre de télévision payante (IPTV) Magenta TV avec un nouveau bundle baptisé Magenta TV Smart Netflix proposant en inclusion la version Standard avec publicité de Netflix en plus de RTL+ Premium et du bouquet traditionnel de plus de 100 chaînes payantes en HD. Ce bundle modulable (avec la possibilité de choisir également les versions premiums des deux services de SVoD) est facturé dans sa version de base seulement 13€ par mois mais avec un engagement de 24 mois. Une promotion jusqu'au 11 juillet 2023 offre les six premiers mois avec un début de facturation au septième mois. Indépendamment de cette promotion, l'offre reste intéressante d'un point de vue tarifaire puisqu'elle permet 9€ d'économies par mois par rapport à des abonnements pris individuellement (Netflix Standard avec publicité à 4,99€, RTL+ Premium à 6,99€ et Magenta TV à 10€, soit un total de 21,98€). Deutsche Telekom est l'un des premiers opérateurs en Europe à distribuer l'offre publicitaire de Netflix.
Voir la présentation du bundle sur le site de Magenta TV

Royaume-Uni : la SVoD en baisse de 2,5% sur un an

L'étude *Establishment Survey* réalisée par le BARB évalue le nombre de foyers britanniques abonnés à une offre de SVoD au moins à 19,1 millions à la fin mars 2023, soit 490 000 de moins qu'un an plus tôt (-2,5%). Parmi les principales offres disponibles dans le pays, Prime Video est la plus affectée, avec la perte de 450 000 abonnés, et 3,4% de sa base de clients. Netflix (-330 000 ; -1,9%) et Now TV (-100 000 ; -4,7%) sont également dans le rouge. A l'inverse, Disney+ a gagné 610 000 abonnés au cours de la même période (+9,3%), et Apple TV+ 340 000 (+21,7%).

Voir le communiqué

